

YLA Pitch Perfect: Cómo perfeccionar tu presentación

Video Transcripts - Español

Vídeo #1 - Cómo contar la historia de tu emprendimiento

[Cómo perfeccionar tu presentación]

[Escrito y presentado por 3 Day Startup]

[Cómo contar la historia de tu emprendimiento]

Hola. Soy Nick Chagin, de 3 Day Startup. Nos especializamos en impartir programas intensivos y prácticos de formación en emprendimientos a alumnos universitarios de todo el mundo.

Bienvenido a "Cómo perfeccionar tu presentación". En esta serie de 5 videos, analizaremos los elementos importantes de una presentación de negocios y cómo pueden ayudarte a convertirte en un emprendedor más profesional, persuasivo y seguro de sí mismo.

Comencemos con una pregunta: ¿qué tienen en común un pedido de aumento de sueldo a tu jefe, un discurso de campaña y atraer a tu compañía a los profesionales más talentosos? Que son todos ejemplos de una presentación.

Para decirlo en otras palabras, una presentación es una asociación de palabras usadas para demostrar valor y lograr algún tipo de objetivo ulterior.

Si le pides un aumento a tu jefe, querrás demostrar cuánto has trabajado y que mereces ese aumento.

Si una persona que busca ser electa para un cargo da un discurso de campaña, muestra cómo planea generar un impacto positivo en la comunidad y ganar esos votos.

Si quieres atraer a profesionales talentosos a tu compañía, querrás mostrar de qué modo el trabajo que haces genera un impacto.

Como emprendedor, dar una presentación es algo que tendrás que hacer miles de veces. Desarrollar tu presentación es como desarrollar tu producto o servicio. Tendrás que presentarlo a otros, recibir comentarios, hacer algunos ajustes y reiteraciones, y luego volver a presentarlo.

Con tu presentación pasa lo mismo. Comunicar una y otra vez tu presentación a otros te ayudará a mejorarla. Esa habilidad para adaptar tu presentación se origina en una mentalidad emprendedora. Los emprendedores aprovechan las oportunidades de compartir sus ideas con otros.



FIND YOUR VOICE

YLA Network

#YLAIPitchPerfect
ylai.state.gov/entrepreneurship

Deben ser adaptables y receptivos a los comentarios cuando compartan sus ideas. Y deben contar con una comunidad que los respalde y los ayude a desarrollarse en su camino como emprendedores.

Así que pasemos a analizar qué es una presentación y cómo diferenciar una presentación formal de una expresión (elevator pitch).

Visita ylai.state.gov para encontrar tu voz y dar el siguiente paso.

[Producido por el Departamento de Estado de EE. UU.]



Vídeo #2 - ¿Qué es una presentación?

[Cómo perfeccionar tu presentación]

[Escrito y presentado por 3 Day Startup]

[¿Qué es una presentación?]

Si te encontraras con un viejo amigo en un ascensor y te preguntara en qué estás trabajando, ¿qué le contarías antes de que la puerta del ascensor se abriera? ¿Tendrías tiempo para entrar en detalles sobre tu modelo de negocios, sobre el análisis de la competencia o sobre la captación de fondos, o harías un resumen de tu idea en 30 a 60 segundos, conocido como "presentación exprés" o "de ascensor" (elevator pitch)?

Créeme cuando te digo que querrás optar por la presentación exprés.

En este video, analizaremos la diferencia entre una presentación exprés y una presentación formal, y qué es esencial en cada una.

Una presentación exprés es un resumen de tu idea que dura de 30 a 60 segundos y se da en un entorno informal: en el "happy hour" de cocktails, en un evento sobre trabajo en red, o incluso cuando te encuentras con alguien en la calle.

El objetivo no es recibir una inversión, vender tu producto o convencer a alguien de que se una a tu equipo. El objetivo de una presentación exprés es despertar el interés en tu idea, un interés que, con suerte, derivará en una conversación ulterior, en una reunión en persona, en una presentación a un colaborador clave potencial o quizás en un pedido de asesoría por teléfono.

No existe un enfoque único en materia de presentaciones exprés, así que te presentamos algunas pautas a tener en cuenta cuando elabores tu presentación exprés.

Primero, sé breve y mantén la simplicidad. Repito: un resumen corto, de 30 a 60 segundos, de tu idea. No entres demasiado en detalle sobre todas las características de tu producto.

Esto me lleva a la segunda pauta. Limitate a los datos esenciales y habla sobre el problema que resuelves, sobre tu solución y el mercado objetivo al que prestas tu servicio.

En tercer y último lugar, presta especial atención a las opiniones. Para mejorar tu presentación exprés, implementa esas opiniones la próxima vez que des tu presentación.

Ahora que sabes más sobre la presentación informal o exprés, analicemos en qué consiste una presentación formal. Cuando das una presentación en un contexto formal, por ejemplo, frente a un inversor, durante una jornada de demostración de logros de un programa de aceleración o a un mentor, hablarás sobre algunos componentes más complejos de tu emprendimiento. Por ejemplo, sobre tu modelo de ingresos y proyecciones económicas, tu



FIND YOUR VOICE

YLA Network

#YLAIPitchPerfect
ylai.state.gov/entrepreneurship

estrategia de mercado y tu plan de crecimiento a largo plazo, tu análisis de la competencia y tu propuesta de valor exclusiva. Además, sobre la propiedad intelectual, incluso, quizás, sobre tu plan de salida. Y, por supuesto, harás el "pedido". El "pedido" puede ser determinada inversión, solicitar que te presenten a inversores, o pedirle a un mentor que te permita mantenerte en contacto.

Ahora analizaremos cómo elaborar y dar una presentación persuasiva.

Visita ylai.state.gov para encontrar tu voz y dar el siguiente paso.

[Producido por el Departamento de Estado de EE. UU.]



Vídeo #3 - La importancia del lenguaje persuasivo

[Cómo perfeccionar tu presentación]

[Escrito y presentado por 3 Day Startup]

[La importancia del lenguaje persuasivo]

En Starbucks no pides un café grande: pides un "venti". En McDonald's no pides una hamburguesa grande: pides una "Big Mac". Y en un restaurante elegante no pides calamares: pides "calamari".

En este video analizaremos por qué el lenguaje, la elección de palabras y la seguridad son tan importantes a la hora de dar una presentación persuasiva.

Cuando practiques tu presentación, piensa en cómo las palabras que dices pueden afectar a tu marca comercial.

La elección de palabras es muy importante, porque ayuda a simbolizar la calidad, el valor y la valía de tu producto. También puede diferenciar a tu producto de los de la competencia. Esto aplica especialmente a los productos de alta tecnología. Debes poder hablar de tu empresa de un modo que sea comprensible hasta para un niño de 10 años.

Ya sea que des una presentación exprés o una presentación formal, habla con conocimiento y seguridad. Párate derecho y utiliza el diafragma cuando hables, para que todas las palabras resuenen. Una forma de practicar eso es colocando la mano junto al ombligo y respirando desde el vientre. Si sientes que tu mano golpea tu vientre, sabrás que estás utilizando el diafragma. Hacer eso también te ayudará a hablar a un ritmo más lento y a proyectar tu sonido.

En nuestro próximo video, la visualización de tu presentación.

Visita ylai.state.gov para encontrar tu voz y dar el siguiente paso.

[Producido por el Departamento de Estado de EE. UU.]



Vídeo #4 - Cómo contar tu historia de manera visual

[Cómo perfeccionar tu presentación]

[Escrito y presentado por 3 Day Startup]

[Cómo contar tu historia de manera visual]

Hasta ahora, hemos visto qué define a una presentación, las diferencias entre una presentación formal y una exprés, y sobre cómo hablar con seguridad cuando das tu presentación.

Ahora, hablemos sobre diapositivas y su aspecto visual, y sobre por qué pueden ayudarte a crear una presentación más profesional y a transmitir la identidad de marca que quieres establecer. Compartiré algunos consejos básicos para tu conjunto de diapositivas.

Utiliza tipografías grandes y colores fuertes fáciles de leer, que harán que el espectador no deba forzar la vista. Intenta no utilizar más de diez diapositivas. Una presentación típica para inversores dura entre dos y cuatro minutos, por lo que tu serie de diapositivas no deber ser demasiado larga.

Ahora hablemos sobre el aspecto visual. No presentes nunca una diapositiva que luzca como una hoja de cálculo, con fila tras fila de texto en columnas. Si el aspecto fuera ese, no habría narración ni un modo empático de hacer que tu público comprendiera qué estás contando.

Esta es una diapositiva más organizada y con menos texto. Aunque es mejor, aún no queda claro qué intentas comunicar. Puede que contenga información útil sobre tus teletrabajadores, por ejemplo. Pero aunque explicas detalles importantes, el público te ignora a ti porque está intentando interpretar y analizar qué sugieren esos datos.

Las diapositivas con mucho texto no son visualmente atractivas y hacen que tu público malgaste un tiempo valioso intentando descubrir qué tratas de comunicar.

Dado que el conjunto de diapositivas es un complemento de lo que el presentador está diciendo, lo mejor es ilustrar lo que quieres comunicar. Texto limitado, estadísticas claras y grandes y una imagen simple. Esta diapositiva hace que para el público sea mucho más fácil comprender la narrativa del presentador y ver hacia dónde se dirige esa presentación.

Ten en cuenta estos consejos cuando crees tus diapositivas. En general, es realmente importante que pienses siempre en tu huella digital y en cómo se representa tu marca en tu sitio web, en las plataformas de redes sociales y en las publicidades. Asegúrate de que eso se evidencie bien en tu presentación. ¿Todo luce pulido, simple y profesional? ¿La ortografía y la gramática son correctas? Todo lo que haces dice algo de ti, así que presta mucha atención a cómo se percibe tu marca.

En el próximo video hablaremos sobre cómo adaptar tu presentación a tu público.



FIND YOUR VOICE

YLA Network

#YLAIPitchPerfect
ylai.state.gov/entrepreneurship

Visita ylai.state.gov para encontrar tu voz y dar el siguiente paso.

[Producido por el Departamento de Estado de EE. UU.]



Vídeo #5 - Conoce bien a tu público

[Cómo perfeccionar tu presentación]

[Escrito y presentado por 3 Day Startup]

[Conoce bien a tu público]

Hay muchos públicos distintos a los que un emprendedor puede dirigirse a lo largo de su camino empresarial. Ya sea que te dirijas a un inversor, a un cliente o a tus empleados actuales o potenciales, elaborar una presentación que se adecue a tu público es esencial.

En este video, hablaremos sobre cómo crear tu presentación para el público correcto.

Un inversor siempre estará pensando en los puntos fuertes, así que, cuando te dirijas a uno, ten en cuenta que buscará oír de qué modo obtendrá un gran rendimiento a futuro si invierte en tu compañía. Así que debes poner un gran énfasis en la oportunidad de mercado, en tus proyecciones económicas y en tu ventaja competitiva.

Además, la mayoría de los inversores invierten en un emprendedor porque creen genuinamente en él como persona, así que debes transmitirles cuánta pasión pones en resolver un problema mediante tu producto o servicio.

Además, es importante que demuestres tu energía y visión para hacer crecer a tu empresa y convertirla en algo muy redituable que les permita hacer una salida.

Dirigirse a un cliente es distinto a dirigirse a un inversor. Los clientes están interesados en cuán eficaz serás para resolver un problema al que se enfrenten en ese momento. A diferencia del inversor, están menos interesados en los beneficios que obtendrán a largo plazo. Quieren saber cuáles son los posibles beneficios en ese momento. Por lo tanto, demuestra que puedes ofrecer una solución segura y fiable para su problema, y que pueden confiar en ti.

Por último, dirigirse a un empleado actual o potencial es una suerte de híbrido entre dirigirse a un inversor y a un cliente. En la era moderna, cada vez más empleados buscan sentir que están haciendo un trabajo de gran impacto desde que empiezan a trabajar en una compañía. Quieren oír acerca de la visión a largo plazo de la compañía y sobre cómo su trabajo ayudará a otros. En general, los empleados actuales y potenciales están menos interesados en las proyecciones económicas, el análisis de mercados o las ventajas competitivas, y están más interesados en saber cómo encajar en tu compañía y cómo sus valores y objetivos se alinean con los de tu compañía. Cuanto mejor sea tu presentación, más chances tendrás de atraer a los mejores profesionales.

Por eso, ya se trate de un inversor, de un cliente o de un empleado, conoce a tu público antes de elaborar tu presentación.

Visita ylai.state.gov para encontrar tu voz y dar el siguiente paso.

[Producido por el Departamento de Estado de EE. UU.]

